

عنوان مقاله:

بررسی نقش تبلیغات سبز بر روی رفتار خرید مشتریان (مطالعه موردی: شرکت ایران خودرو دیزل)

محل انتشار:

اولین سمپوزیوم بین المللی علوم مدیریت با محوریت توسعه پایدار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

سمیه عزیزی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی، شرکت ایران خودرو دیزل

خلاصه مقاله:

هدف این مطالعه، بررسی نقش تبلیغات سبز بر روی رفتار خرید مشتریان مشتری در شرکت ایران خودرو دیزل می باشد. روش تحقیق توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش راکلیه مشتریان شرکت در شش ماهه اول سال 1393 در شهر تهران به تعداد 800 نفر تشکیل می دهند. با استفاده از جدول مورگان تعداد 260 نفر به صورت تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد شامل 35 سوال که روایی این پرسشنامه به تحقیقات قبلی استناد و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ 0.89 است، استفاده شد. برای بررسی فرضیه ها از نرم افزار SPSS و آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و در نهایت این عوامل رتبه بندی شدند. نتایج نشان داد که افزایش آگاهی از پیام تبلیغات سبز، اعتبار ادعا شده برند از طریق تبلیغات سبز و نگرش از تبلیغات سبز بر رفتار خرید سبز تاثیر گذار می باشد. ولی ارتباط تبلیغات با زندگی روزمره مشتری نقشی در رفتار خرید سبز مشتریان ندارد.

کلمات کلیدی:

ارتباط تبلیغات با زندگی روزمره نگرش از تبلیغات سبز کسب اطلاعات از پیام تبلیغات سبز اعتبار ادعا شده برند سبز از طریق تبلیغات و رفتار خرید سبز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/374850>

